

Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Generasi Z Dan Alpha Di Desa Ngededhawe

Maria Suranti Wulandari Aja^{*1}, Hendrikus Saku Bouk²

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

*e-mail: wulanadja28@gmail.com¹, boukbor775188@gmail.com²

Received:
04.07.2025

Revised:
21.07.2025

Accepted:
10.08.2025

Available online:
25.08.2025

Abstract: The development of digital technology has driven significant changes in communication practices, including in rural areas. Generation Z and Alpha, as digital natives, have great potential in supporting village transformation towards the digital era. This study aims to identify community-based Public Relations (PR) communication strategies to build a positive image and increase the participation of Generation Z and Alpha in Ngededhawe Village. The main activity, namely socialization, was carried out in a participatory and communicative manner. The research method used was descriptive qualitative with a participatory action research approach through field observation, documentation, and direct interaction during the activity. The results show that effective PR strategies include optimizing social media, cross-generational collaboration, digital literacy training, and positive narratives through storytelling. These findings emphasize the importance of community-based PR in increasing social trust in the contribution of the younger generation in rural areas.

Keywords: *Public Relations, Generation Z, Generation Alpha, Village Communication, Social Media*

Abstrak: Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan signifikan dalam praktik komunikasi, termasuk di pedesaan. Generasi Z dan Alpha sebagai digital native memiliki potensi besar dalam mendukung transformasi desa menuju era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi Public Relations (PR) berbasis komunitas dalam membentuk citra positif dan meningkatkan partisipasi generasi Z dan Alpha di Desa Ngededhawe. Kegiatan utama berupa sosialisasi dilaksanakan secara partisipatif dan komunikatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan participatory action research melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan interaksi langsung selama kegiatan. Hasil menunjukkan bahwa strategi PR yang efektif mencakup optimalisasi media sosial, kolaborasi lintas generasi, pelatihan literasi digital, serta narasi positif melalui storytelling. Temuan ini menegaskan pentingnya PR berbasis komunitas dalam meningkatkan kepercayaan sosial terhadap kontribusi generasi muda di pedesaan.

Kata Kunci: *Public Relations, Generasi Z, Generasi Alpha, Komunikasi Desa, Media Sosial*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan besar dalam pola interaksi sosial dan keterlibatan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z (lahir tahun 1997-2012) dan Generasi Alpha (lahir setelah 2012) tumbuh dalam lingkungan digital yang membentuk cara mereka berkomunikasi, mengakses informasi, serta berpartisipasi dalam kehidupan sosial. Mereka merupakan kelompok usia yang memiliki potensi strategis dalam mendorong transformasi desa menuju era digital (Nugroho & Sari, 2021; Rahmawati, 2023).

Namun, potensi besar tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan, khususnya di wilayah pedesaan seperti Desa Ngededhawe. Di desa ini, generasi muda belum banyak dilibatkan dalam program pembangunan maupun komunikasi publik yang berkaitan dengan identitas dan perkembangan desa. Padahal, mereka memiliki kapabilitas dalam pemanfaatan teknologi dan kreativitas yang dapat menjadi modal sosial penting bagi pembangunan lokal (Prasetyo, 2020; Wulandari, 2022).

Citra desa yang selama ini identik dengan ketertinggalan dan minim inovasi dapat direkonstruksi dengan melibatkan generasi muda dalam narasi pembangunan berbasis digital (Putri, 2023; Astuti, 2021). Strategi komunikasi yang tepat menjadi kunci dalam mengintegrasikan peran generasi Z dan Alpha ke dalam proses pembangunan. Dalam hal ini, pendekatan Public Relations (PR) berbasis komunitas dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif desa, memperkuat kohesi sosial, dan mendorong partisipasi generasi muda (Anggraeni, 2022; Lestari, 2022).

PR tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana kolaborasi yang membuka ruang dialog antara pemerintah desa dan masyarakat, termasuk kalangan muda. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi PR yang partisipatif, dua arah dan relevan dengan karakteristik generasi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi Public Relations yang efektif dalam membangun citra generasi Z dan Alpha di Desa Ngeghedhawe, serta meningkatkan keterlibatan mereka dalam pembangunan desa. Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan menjadi titik awal untuk melihat sejauh mana pendekatan PR mampu menjembatani kebutuhan generasi muda dengan struktur sosial desa yang ada (Hidayat & Fadil, 2020; Yusuf, 2023).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain participatory action research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif partisipan dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan pengabdian yang ingin memberdayakan generasi muda desa sebagai subjek aktif dalam pembangunan berbasis komunikasi.

Kegiatan utama berupa sosialisasi bertema Strategi Komunikasi Public Relations (PR) dilaksanakan melalui tiga tahap: perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan. Masing-masing tahap dijelaskan sebagai berikut:

1. Perencanaan

Tim pelaksana melakukan identifikasi masalah melalui observasi awal dan wawancara informal dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, serta perwakilan generasi muda. Data awal menunjukkan adanya minimnya keterlibatan pemuda dalam komunikasi publik desa. Berdasarkan temuan tersebut, ditetapkan bahwa kegiatan sosialisasi akan menjadi strategi komunikasi PR yang diprioritaskan untuk meningkatkan citra dan partisipasi generasi muda.

2. Persiapan

Tahap ini mencakup penyusunan materi sosialisasi, koordinasi dengan aparat desa, serta pembentukan tim fasilitator dari kalangan pemuda lokal. Materi yang disiapkan mencakup:

- a) Peran generasi muda dalam pembangunan desa
- b) Strategi komunikasi PR berbasis komunitas
- c) Praktik penggunaan media sosial untuk membangun citra positif desa

Persiapan juga termasuk pengembangan media visual, pemetaan lokasi kegiatan, dan penyusunan jadwal teknis.



Gambar 1. Persiapan presentasi materi

3. Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka di Balai Desa Ngededhawe dengan metode komunikasi dua arah berbasis visual dan partisipatif. Pemaparan materi disampaikan oleh narasumber dengan latar belakang komunikasi. Sesi dilanjutkan dengan diskusi interaktif yang memungkinkan peserta (generasi Z dan Alpha) menyampaikan pandangan dan pengalaman mereka terkait peran generasi muda di desa.

1) Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

- a) Observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung
- b) Dokumentasi visual
- c) Tanggapan lisan dari peserta selama diskusi

2) Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan relaktif. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan hasil observasi dan tanggapan peserta untuk mengidentifikasi pola keterlibatan, antusiasme, serta persepsi terhadap peran generasi muda dan efektivitas strategi PR yang digunakan.



Gambar 2. Pemaparan materi tentang “strategi komunikasi public relations dalam membangun citra generasi Z dan Alpha di Desa Ngededhawe”

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi strategi komunikasi Public Relations (PR) yang dilaksanakan di Desa Ngededhawe menjadi intervensi awal untuk membangun kesadaran dan partisipasi generasi Z dan Alpha terhadap pembangunan desa. Sosialisasi ini diikuti oleh ± 40 peserta, mayoritas merupakan remaja dan pemuda desa yang masuk dalam kategori generasi Z dan Alpha.

1. Hasil Kegiatan

Secara umum, kegiatan berlangsung dengan lancar dan disambut antusias oleh peserta. Kegiatan terdiri atas:

- a) Penyampaian materi visual dengan tema peran generasi muda dalam membangun citra desa melalui pendekatan PR.
- b) Diskusi dua arah yang terbuka dan partisipatif.
- c) Respons peserta dalam bentuk pertanyaan, tanggapan, dan cerita pengalaman pribadi.

Data observasi menunjukkan bahwa lebih dari separuh peserta aktif dalam sesi diskusi, baik dengan bertanya maupun menyampaikan opini. Hal ini menandakan adanya penerimaan dan keterlibatan emosional terhadap materi yang disampaikan. Sebagian peserta bahkan menyatakan bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan tersebut merupakan kali pertama mereka diajak berdiskusi tentang isu pembangunan desa secara langsung.

Dalam pendekatan komunikasi, ini menunjukkan keberhasilan penerapan model komunikasi dua arah sistematis (Grunig & Hunt, 1984), yang menekankan pentingnya umpan balik dan keterlibatan audiens dalam proses komunikasi. Model ini sangat relevan dalam membangun hubungan jangka panjang antara lembaga/institusi dengan komunikasi target, dalam hal ini pemerintah desa dengan generasi muda.

Kegiatan juga menunjukkan bahwa kehadiran generasi muda sebagai audiens aktif dapat menjadi *agent of change* bila diberi ruang yang setara. Konsep community-based public relations yang digunakan dalam kegiatan ini berhasil membuka dialog antara generasi muda dengan narasi desa, yang selama ini didominasi oleh struktur konvensional.

2. Pembahasan

Secara teoritis, kegiatan ini memperkuat temuan Sari (2024) dan Anggraeni (2022) bahwa strategi PR berbasis komunitas dan pendekatan partisipatif efektif dalam meningkatkan keterlibatan pemuda di tingkat lokal. Dalam konteks Desa Ngegedhawe, kegiatan ini berperan sebagai *trigger event* yang membuka kesadaran baru bagi generasi muda tentang pentingnya identitas desa di era digital.

Meskipun kegiatan ini belum dilanjutkan dengan program berkelanjutan, dampak jangka pendeknya terlihat dari peningkatan antusiasme dan munculnya diskusi-diskusi kecil pasca kegiatan. Ini mendukung pernyataan Hidayat & Fadli (2020) bahwa komunikasi partisipatif dapat mendorong perubahan sikap dan peningkatan rasa memiliki terhadap komunitas lokal.

Kelebihan utama kegiatan ini adalah pendekatannya yang sederhana namun menyentuh aspek psikologis dan sosiologis peserta, terutama rasa diakui dan dilibatkan. Tantangannya adalah berkelanjutan. Tanpa dukungan dari struktur desa atau instansi pendidikan, inisiatif seperti ini berisiko berhenti sebagai kegiatan simbolis semata.

4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan di Desa Ngegedhawe menunjukkan bahwa strategi komunikasi Public Relations (PR) yang berbasis komunitas dan menggunakan pendekatan partisipatif dapat menjadi langkah efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterlibatan generasi Z dan Alpha terhadap pembangunan desa. Melalui komunikasi dua arah yang terbuka, materi visual yang relevan, dan ruang diskusi yang inklusif, kegiatan ini berhasil membangkitkan kesadaran generasi muda akan pentingnya peran mereka dalam membangun citra desa yang lebih positif dan modern.

Meskipun bersifat satu kali (tidak berkelanjutan), kegiatan ini menjadi bukti bahwa intervensi kecil dengan strategi komunikasi yang tepat mampu menciptakan dampak sosial yang signifikan, khususnya dalam membangun kepercayaan diri dan motivasi generasi muda untuk terlibat dalam isu-isu desa. Hal ini memperkuat konsep bahwa PR di tingkat desa tidak harus berbentuk kampanye besar, tetapi cukup dengan kegiatan yang memberi ruang dialog dan partisipasi aktif.

Ke depan, kegiatan semacam ini perlu direplikasi dan dikembangkan dengan dukungan lebih kuat dari pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal agar menghasilkan dampak berkelanjutan. Peran generasi muda sebagai pelopor digitalisasi desa dan agen perubahan sosial sangat potensial jika didukung dengan strategi komunikasi yang inklusif dan berorientasi pada pemberdayaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Ngegedhawe atas dukungan dan kerja samanya dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para peserta sosialisasi, khususnya generasi muda Desa Ngegedhawe, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusi berharga selama kegiatan berlangsung. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan tim pelaksana program MBKM yang telah memberikan arahan masukan, serta pendampingan selama proses penyusunan dan pelaksanaan program ini.

Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi masyarakat desa dan menjadi inspirasi untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati Bandung, U., Lestari, A., Ahmad Safei, A., Ilmu Komunikasi Humas, J., Sunan Gunung Djati, U., & Pengembangan Masyarakat Islam, J. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemprov Jabar dalam Mensosialisasikan Program Desa Digital. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(September), 325–346. <https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>
- Ismawati, D., & Puspita, Y. (2024). Inovasi Pembelajaran Literasi Numerasi untuk Anak Usia Dini di Era Digital. In *Indonesian Research Journal on Education Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education* (Vol. 4).
- Kurniawan, G. F., & Sholeh, M. (2023). Meningkatkan Partisipasi Aktif melalui Metode Pembelajaran Kooperatif di Kelas Kurikulum dan Buku Teks Sejarah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952, 5–24.
- Kusumawati, R. (2024). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Literasi, Pelayanan Publik, Dan Kemandirian Masyarakat Di Jawa Barat. *Jurnal Governansi*, 10(1), 25–40. <https://doi.org/10.30997/jgs.v10i1.9790>
- Rahmawati, D., Lumakto, G., & Danial Kesa, D. (2020). Generasi Digital Natives dalam Praktik Konsumsi Berita di Lingkungan Digital. *Communications*, 2(2), 74–98. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.5>
- Ramadhani, A. F., & Jatnika, D. C. (2025). Dinamika Interaksi Sosial Remaja Di Era Digital Dan Peran Pekerja Sosial. *Share : Social Work Journal*, 14(2), 148–155. <https://doi.org/10.24198/share.v14i2.59963>
- Rifa'i, M. A., Mustofa, H., Luthfi, A., Anshar, F. M., & Purwanto, E. (2025). Media Digital dan Transformasi Budaya: Implikasi Terhadap Pembangunan Berkelanjutan. *CONVERSE Journal Communication Science*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4354>
- Sakti, A. P. P. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Giritengah dan Desa Wisata Candirejo*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48633%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/48633/17321170.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sari, N., Parawu, H. E., & Taufik, A. (2024). Strategi Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Yang Berkelanjutan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 5(4), 879–892. <https://doi.org/10.26618/kimap.v5i4.15729>
- Wulandari, Y. F., Rahastine, M. P., Afianto, H., Bastian, Y., & Murtiadi, M. (2023). Tantangan Komunikasi di Era Digital: Memahami Generasi Z. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 621–630. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.4058>